# 新媒体下传统纸质媒介发展应对分析

张 春
（东北朝鲜族科技报社，吉林 延边 133000）

**摘 要：**作为传统的信息传播方式，纸质媒介属于行业的始祖，在媒体史上留下了光辉灿烂的印记，也占据着极为重要的地位。随着信息技术及新媒体的发展，各种全新的媒体形态应运而生，对传统纸质媒介带来了巨大冲击和挑战。因此也需要纸质媒介适应形势和环境，采用新的应对策略拓宽发展出路。本文章以新媒体时代为背景，结合纸质媒介发展现状，指出了纸质媒介面临的挑战及发展优势，对纸质媒介发展策略提出几点建议。

**关键词：**纸质媒介；新媒体；产品发展；创新方式；人才培养　　**中图分类号：**G206　　**文献标识码：**A
**文章编号：**1671-0134（2022）05-041-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2022.05.010
**本文著录格式：**张春．新媒体下传统纸质媒介发展应对分析 [J]. 中国传媒科技，2022（05）：41-43.



从当前看来，受到新兴媒体形式的影响和冲击，传统纸质媒介（以下简称纸媒）的市场占比越来越小，虽然在短期内难以被完全取代，但其已经产生了极大的生存危机。据此，为了适应媒体形态的发展，纸质媒介必须要注重转型升级，改变当前的发展现状和方式，在市场中寻求全新的突破，以在未来的竞争中占据优势，平稳发展。

## 1. 纸质媒介自身的优势与不足

### 1.1 纸质媒介的优势

纸质媒介诞生较早，属于早期主要的媒体传播渠道，即便在媒体形式多元化的当下，纸质媒介依然保持着诸多的优势。首先，纸媒历史悠久，传统纸媒的内容质量高，具有坚实的群众基础，纸媒是公众获得此类信息的唯一途径。其次，传统纸媒在长久的发展过程中形成了一套高效的工作体系，将专业的新闻工作与本地特色相结合，在保证专业的基础上充分体现地方特色。[1] 最后，传统纸媒具有品牌价值。部分报纸成为地方标志，是一个城市居民解决生活问题时优先考虑的对象，纸媒对地方社会正能量的传播发挥着重要的作用。

### 1.2 纸质媒介的不足

当然，尽管纸媒作为传统媒体有着不可替代的作用，但是随着社会的发展，纸媒逐渐暴露出不足。具体表现在四个方面：（1）内容匮乏，信息时效慢。与当今网络媒体相比，报纸传播效率显然相形见绌。在网络平台之中，具有极为丰富的信息资源，网民可以采取实时、移动的方式，对信息进行查阅和分享，而纸媒的传播中则无法实现这种功能。[2]（2）传播模式单向，缺少反馈。与新媒体形式相比较，纸质媒介还存在着互动性不足的问题，即信息的传播过度强度了单向性，难以建立有效的反馈机制，而这些反馈信息往往是读者的诉求，对纸媒的创新发展意义重大。（3）人力和物力成本高、传统优势失去。信息的采编需要较多的人力、机器设备以及纸张，纸媒信息的采编需要有完整的流程，往往还需要多次编纂报纸内容，所以信息的发布需要较多的时间。因此，报纸花费的生产成本较高。（4）观念落后。工作人员往往按照以往经验进行采编工作，缺少创新，固定的工作模式难以适应不断发展的社会。

## 2. 新媒体的传播优势和不足

### 2.1 新媒体传播的优势

从新媒体的发展经历看，其诞生于网络信息时代，是继报刊、广播、电视等传统媒体之后，逐步在网络技术的推动下演变而来，属于数字技术、网络技术、计算机技术、无线通信技术、现代媒体技术的融合，可以利用智能终端实现信息的获取，并且向用户提供信息及娱乐等媒体服务的基本形态。[3] 严格来说，新媒体与传统媒体相比，具备诸多显著的优势功能，主要包括以下几点：第一，时效性高。新媒体可以随时随地发布信息，通过互联网甚至可以进行现场直播，使观众能及时接收到信息，保证信息的时效性。第二，传播速度快。信息发布者发布信息不需要经过一系列严格的程序，大大提高了信息的传播速度。第三，互动性强。信息发布者可以与受众进行双向的交流，根据受众的反馈及时调整发布的信息。第四，成本低。新媒体通常只需要一部手机就可以完成信息的采编和发布工作，新闻成本较低。第五，传播形式多样。新媒体可以在 App、微信公众号、网站等地发布信息，既可以满足大众的阅读需求，又能扩大信息的传播范围。第六，占据较大的广告市场。新媒体对广告的呈现方式多样而且收费低，吸引着广告商涌入新媒体市场，给新媒体的发展注入巨大生机。[4] 第七，阅读便利。新媒体使大众获取信息的方式免费、方便且快捷，大众可以根据自身的爱好搜索相关信息。

### 2.2 新媒体传播的不足

然而，在媒体环境日益复杂的格局下，新媒体也同

样存在着诸多问题和不足之处。如新媒体快速振兴发展的标准，体现在社会信息的爆发式增长，尤其是利用虚拟网络技术，取代了纸质媒介的复杂生成流程，降低了信息传播和参与门槛，所有人都可以通过新媒体成为信息的发布者，再加上没有严格的审查制度加以约束，因而社会中存在着较多的虚假信息。另外，新闻发布者通常没有专业的素质，导致发布的信息不全面、不客观。网络爆炸式的信息传播方式导致信息错综复杂，低俗虚假信息泛滥。而一些网络谣言的制造者为了引起关注则不惜捏造虚假新闻、低俗淫秽信息；同时利用网络传播的便捷性，使造谣信息传播效率更高，增强了其社会的影响力，以实现不法分子牟利的目的，甚至引发社会的动荡。

## 3. 新媒体时代纸质媒介的发展现状

### 3.1 新媒体时代纸质媒介发展令人担忧

如今，伴随新媒体平台的日益成熟和扩大，包括纸质媒介在内的传播媒体受到巨大的市场冲击，越来越多的用户开始转向新媒体，纸质媒介的发展举步维艰。与此同时，在媒体形态快速变革的浪潮之下，纸质媒介的传统优势也正被电子媒体快速蚕食，使得纸质媒介的影响力和传播力大幅下降，其发展和生存前景不容乐观。

### 3.2 新媒体时代纸质媒介传统读者流失

在不知不觉中，传统纸质媒介的读者已经将视角转向到新媒体。传统纸媒在新媒体环境下应对发展危机时的突围之路并不是太宽。在读者选择通过报纸接收信息时，事件新鲜度不足，内容和版面不够鲜活，无法吸引年轻人群的阅读，导致报纸的阅读人群逐渐趋于少数人且老龄化。

### 3.3 新媒体时代纸质媒介缺乏拓展空间

从媒体的传播力层面来看，纸质媒介往往比较依赖于传统渠道，导致传播速度慢、互动性不强、报纸版面限制及收发渠道不佳等，均给纸质媒介造成极大的影响，增加了未来的行业发展难度，“打开报纸看天下”的境况早已不复存在。当前，部分纸质媒介为改善其经营现状，开始从减少发行量和增加广告投放等措施入手，虽然在一定程度上增加了利润，但影响同样也非常明显，即严重影响了读者的体验，甚至对纸质媒介产生反感，从而导致媒体发展空间进一步受限，无法在与新媒体的竞争中获得优势。

### 3.4 新媒体时代纸质媒介面临转型困境

由于纸质媒介在网络媒体转型过程中，未及时掌握转型的最佳时机，并且在新媒体技术应用中，一味追求融合而摒弃了自身的传统优势，导致其在与新媒体融合时急于求成，严重削弱了纸质媒介的固有优势，尤其是未认清自身的特点，盲目与网络媒体相互亲近，最终引发“丢西瓜捡芝麻”的现象。[5] 比如，在转型升级中侧重于网络渠道，而忽略了传统渠道的发展，不仅导致纸质媒体的信息优势易被窃取，还会导致传统纸质媒介读者的流失。

## 4. 新媒体时代传统纸质媒介发展策略分析

### 4.1 坚持产品传媒发展核心

纸质媒介要分众化的转变，要进行新的定位：面向高学历人群的时评类报刊、面向普通百姓的都市类报刊、面向特定人群的专业类等。传统纸媒首先要从读者的需求出发，坚持读者为中心，只有能够接收到读者的反馈，才能更好地做出调整，掌握读者的需求。[6] 所以，纸媒在与新媒体融合时可以设立互动版块实现和读者的沟通。

另外，在内容上，也要在准确定位服务人群的基础上充分考虑读者的阅读能力，确保读者能够理解新闻内容。在特殊的媒体时代背景下，纸质媒介的发展并非易事，仅依赖于分众化是远远不够的，还应当注重产品结合的优化，注重实现产品宽度与深度的拓展，以良好的产品形态、质量、特色及附加利益等，使之在激烈的竞争中获得优势地位，从而激发更大的资源优势，通过独特、独有、独立等报道视角，创新纸质媒介的发展之路，实现与网络信息之间的特色区分。并且，在纸质媒介的实践中，也需要注重特色化、自由性地发展，通过自身传统权威性、真实性等能力的发挥，真正让读者能够信服，借助独特的内容、形式和见解，吸引更多的观众参与其中，实现对信息的高质量筛选，让信息的真实性和个性成为纸质媒介的品牌。

与此同时，纸质媒介信息产品的发展，需要综合多方面的因素加以实现，尤其是需要突出“以读者为中心”的理念，解决与读者互动性不足的劣势。因此，在实际发展过程中，要以产品传播渠道发展为根本，既让读者成为信息的接收者，也要发挥其信息参与者的作用，为读者提供更丰富的反馈渠道和方式，认真收集和分析读者的产品需求，从而更好地完成信息结构的调整，在保证信息质量的同时体现多元化、个性化、定制化的特征，依托各类互动版块增强用户黏性，真正让纸质媒介产品创新迈上更高层次。

### 4.2 专注于发行方式的创新

发行方式是纸质媒介主要的传播方式，这也是在新媒体时代其亟待改变的问题，尤其是需要依托发生方式完成创新发展，通过“三网融合”呈现出变革的特点，也是纸质媒介迈出的极为关键一步。在实践中，纸质媒体要充分识别互联网、移动网络等平台，转变媒介服务的观念，重视媒介受众的主体地位，由之前的产品接收者转变为产品使用者，并且借助这种媒体服务形态的转变，最大程度地体现受众对媒介的使用性特征，以达到提升服务品质的效果。[7] 并且，根据这种发行方式的转变，也将极大提升纸质媒介的影响力，拓展报道的宽度与深度，以产生最佳的推动作用。

纸质媒介在发行方式的创新中，应当要注重对发行方式和发行渠道的创新，在以往的传统服务模式外，要注重对网络技术及终端平台的开发和利用。现阶段，由于大部分纸质媒介仍然无法突破传统的束缚，仍然将网络技术局限于信息的传播上，无法真正实现与受众之间的互动，使其网络使用方式过于单调，难以受到读者的

认可和喜爱。因此，纸质媒介在新媒体时代的发展，必然是要注重音乐、数字、图片等多元内容的整合，依托丰富的报道方式及内容，加强与读者的信息交互，提升纸质媒介传播的纵深。

### 4.3 持续深化专业人才培养

随着媒体格局的快速变化和调整，纸质媒介面临着诸多的挑战，要想真正实现内容、形式及方式的创新，人才无疑是其最为关键的要素之一，任何一个环节都将高度依赖于人才的助力。在新媒体时代，媒体形式愈发多元，且其中的观点也越来越独特，但要保持媒介始终的权威、准确、客观却并非易事，因此也要求纸质媒介能够保持定力，竭力培养更多的高素质人才，赋予其独立的思考能力和独特的视角，能够在信息传播中引导正确的舆论。

面对全新的媒体环境和形态，传统纸质媒介也应正确研判形势，在保持原有优势的同时，注重在各个环节的创新，竭力发挥出新一代媒体人的专业优势。首先，加强自身政治修养。政治修养是媒体人的基础素质，尤其在创新过程中要保持客观、全面的态度，始终牢记社会责任，重视社会正能量的挖掘和传播，在实现新媒体与纸质媒介融合中，能够切实坚守本心，保持传统的专业优势。其次，持续塑造融合意识。伴随新媒体在各领域的渗透，其已经成为社会乐于接纳的信息传播方式，纸质媒介所面临的冲击主要来源于此。因而媒体工作者应突破传统意识的局限，摆脱传统的束缚，结合新媒体技术及自身专业创新能力，逐步丰富媒体工作技能，在各类信息的传播中寻求平衡，既能够展现纸质媒介的特点，又可以通过更好的方式将信息传送至读者手中。最后，加强媒体策划能力。专业媒体人才的优势在于创新，媒体策划作为纸质媒介的破茧之法，应当突出策划优势和能力，将信息以文字、语言、图片、视频等多元方式进行展示传播，让更多的受众重新审视纸质媒介，在新媒体时代重塑纸质媒介形象。[8]

### 4.4 加紧实施媒体融合发展战略

传统纸媒和新媒体相互融合是在新时代发展的必然趋势。纸质媒介融合新媒体可以通过以下方式，传统纸媒工作人员可以积极开发手机软件，把发布的信息及时更新到手机软件上，实现新闻在线上和线下的全面传播；工作人员还可以将信息内容制定成不同的形式，例如分别制定成传统的纸质报纸形式和短视频的形式，通过这种方式可以满足不同读者的需求；并且，纸媒还可以顺应潮流，通过微信公众号发布各种信息。传统的纸质媒介通过与新媒体进行融合，既可以加强媒体的亲和力，又可以扩大信息的传播范围，是纸媒实现创新的重要途径。

在新媒体时代，要实现内容融合以不断丰富广播新闻丰富性，激发人们的兴趣。可以从五个方面弥补传统的纸质媒介的不足：第一，增加信息的趣味性。纸媒发布的信息可以增加人民生活中经常用到的口头语或者网络热词，缩小从传统媒体与观众之间的距离。第二，增加信息的多维性。纸媒工作者可以从多个方面对报道的民生内容进行分析，以便公众能全面了解信息，提高对新闻媒体的满意度。第三，增加信息的广泛性。纸媒记者可以加强信息的广度和深度，深入挖掘新闻背后所蕴含的信息，满足人们对信息的了解兴趣。第四，增加信息的特色性。充分发挥地方特色，发布与地方特色有关的信息或者在内容和排版上增加地方特色，可以为纸媒发展注入新的活力。第五，增加信息的权威性。在适应新时代的过程中，不仅要吸收新媒体的优点，还要注意保留传统纸媒的优势，要保障信息的真实性、权威性。

## 结语

纸质媒介在新媒体时代受到极大的冲击是不争的事实，这种情况下经营发展策略的改革是必然要踏出的一步，但到底如何走好这一步，众多的从业者还在不断地思考和摸索中。新媒体在人们的生活中发挥着越来越大的作用，然而，传统纸媒也是人们获取信息必不可少的途径，两者各有优势。通过将两者结合起来，既有利于保障信息的真实性，又能够及时反馈群众意见。因此，传统纸媒和新媒体进行融合是一项重大的举措。虽然过程会很艰辛，会出现一些错误，会吸取一些教训，但经过众人的努力，纸质媒介终究会找到适合新时期发展的策略。媒

## 参考文献

[1] 刘琼 . 新媒体时代传统媒体新闻编辑的创新策略思考 [J]. 传播力研究，2019（26）：145.

[2] 郭木笛 . 纸质出版物利用新媒体营销的创新策略 [J]. 知识文库，2020（16）：1-4.

[3] 于雅莉 . 新媒体浪潮中纸媒的媒介融合探索 [J]. 中国传媒科技，2018（2）：27-28.

[4] 张杰 . 新媒体新闻传播的特点探究 [J]. 新闻研究导刊，2020（12）：114-115.

[5] 丁红 . 新媒体时代报纸编辑的困境及机遇 [J]. 新闻前哨，2020（7）：56-57.

[6] 杜挺勇 . 新媒体时代纸媒新闻如何提升传播影响力 [J]. 传播力研究，2020（14）：84-85.

[7] 谢传信 . 媒体融合下传统纸媒绩效考核管理探析 [J]. 中国传媒科技，2020（9）：48-50.

[8] 罗亚林 . 新形势下报刊发行业务的经营策略 [J]. 中国外资，2021（4）：129-130.

**作者简介：**张春（1972-），男，吉林延吉，主任编辑，研究方向：新闻采编。

（责任编辑：胡杨）